

26.01.2017 | 13:04 Uhr 26.01.2017 um 10:31 Uhr

# Top-Studie: Automobilhändler vermiesen sich ihre Chancen beim Kunden



Händler lassen sich zu viele Autointeressenten „durch die Lappen gehen“ und schmälern damit ihr Geschäft

Marktforschung und Wirtschaft veröffentlichen täglich neue Studien, die für Unternehmen und Marketer wichtig sein können. absatzwirtschaft liefert eine Zusammenschau der wichtigsten Ergebnisse der vergangenen Woche

## Top 1: Automobilhändler unterschätzen das Ausmaß der verlorenen Kunden

Die Profitabilität des Automobilgeschäfts hängt entscheidend davon ab, ob Interessenten bereits beim Erstkontakt gewonnen werden. Kunden, bei denen dies nicht gelingt, holen sich dann mit hoher Wahrscheinlichkeit Vergleichsangebote im Internet ein, was wiederum zermürbende Preisverhandlungen zur Folge hat. Vor diesem Hintergrund hat die [Nürnberger Marktforschung puls](#) 1.014 Autokäufer danach befragt, ob und in welchem Ausmaß sich Autokäufer nach einem Händler- beziehungsweise Verkäuferkontakt entschieden haben, dort doch nicht zu kaufen.

Mit alarmierenden Ergebnissen: So gibt laut *puls* Studie jeder zweite Neuwagenkäufer an, mit dem ursprünglich anvisierten Händler doch nicht „ins Geschäft gekommen“ zu

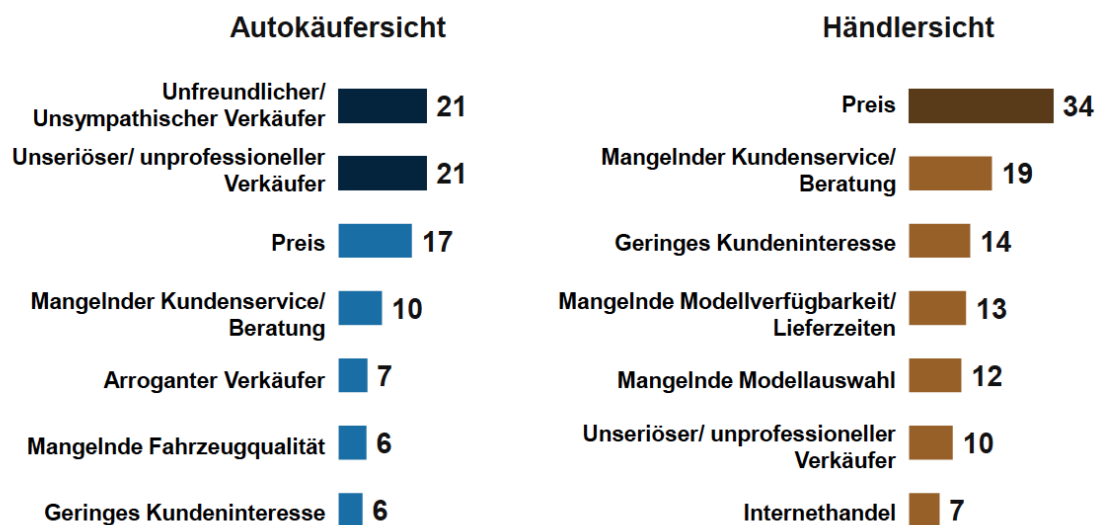
sein. Im Gebrauchtwagenbereich liegt der Anteil der Lost Deals nach Kundenangaben sogar bei 54 Prozent. Zusätzlich wollte *puls* von 100 Automobilhändlern wissen, wie viele Interessenten ihrer Wahrnehmung nach im Kaufprozess verloren gehen. Als Ergebnis zeigt sich, dass die Automobilhändler das Ausmaß der „Lost Deals“ gewaltig unterschätzen, geben sie doch an, dass ihnen lediglich jeder vierte Autointeressent „durch die Lappen geht“. „Vor dem Hintergrund der alarmierenden Ergebnisse der *puls* Studie ist Sensibilisierung und Ursachenanalyse für Lost Deals im Automobilhandel angesagt“, kommentiert *puls* Geschäftsführer Dr. Konrad Weßner die Ergebnisse.

**Händler sehen im Preis den Hauptgrund für Lost Deals, Autokäufer wünschen sich vom Verkäufer bessere Soft Skills.**



**Top 7 Gründe für Lost Deals**

Frage an Autokäufer: Was war der ausschlaggebende Grund, dass Sie dort nicht gekauft haben? Gab es ein spezielles Erlebnis?  
Frage an Händler: Aus welchen Gründen gehen Interessenten verloren?



Quelle: *puls* Marktforschung GmbH

Basis: n=98 (Automobilhändler), 1.014 (Autokäufer) | Angaben in %

4

Deshalb wollte *puls* in einer weiteren Frage an Autokäufer und Händler wissen, was die ausschlaggebenden Gründe für Lost Deals sind. Dabei zeigt sich, dass die Preisangst beim Verkäufer offensichtlich tiefer als beim Käufer sitzt. Während Händler nämlich im Preiskampf den Hauptgrund für verlorene Kunden sehen, wünschen sich Kunden vom Automobilverkäufer deutlich bessere Soft Skills“. So sind die wichtigsten Gründe für Kaufabbrüche aus Autokäufersicht unfreundliche, unsympathische und unprofessionelle Verkäufer. Erfolgreiche Automobilverkäufer sollten von daher größten Wert auf eine umfassende Bedarfsanalyse legen und ihre Kunden exakt bei den Fragen abholen, die nach der in der Regel erfolgten Internetrecherche noch offengeblieben sind“, empfiehlt *puls* Chef Weßner.

Quelle: <http://www.absatzwirtschaft.de>